

помочь строительному кластеру выйти на передовое место в российской экономике и составить конкуренцию на международном строительном рынке.

### **Литература**

1. ГОСТ Р 54985—2012/Рекомендации ИСО/ТК176
2. Стандарт ИСО 9000:2008
3. Ferdinand Duipmans·Luís Ferreira Pires·Luiz Olavo Bonino da Silva Santos. A Transformation-Based Approach to Business Process Management in the Cloud Evert.
4. Agnieszka Bitkowska. The Orientation of Business Process Management toward the Creation of Knowledge in Enterprises.
5. Hector C. Sikazwe. Information technology in the European construction industry The application of workflow management and business process reengineering.
6. Luiz Henrique Rodrigues-da-Silva, José António Crispim. The project risk management process, a preliminary study.
7. . Abdul Majeed. Application of Business Process Through Talent Management: An Empirical Study.
8. David Tuček and Martin Hrabal. The Role of Human Factor in Business Process Management Projects.

**Аспирант Е. С. Матвийчук**

*Уральский федеральный университет*

*имени первого президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург (Россия)*

### **Улучшение качества оказания услуг сервисными организациями**

Сфера услуг – это совокупность отраслей, подотраслей и видов деятельности, функциональное назначение которых в системе общественного производства выражается в производстве и реализации услуг и духовных благ

для населения. Услуга – результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя. Обслуживание – деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги. Потребитель - гражданин, получающий, заказывающий либо имеющий намерение получить или заказать услуги для личных нужд.

Сервисная организация (исполнитель услуги) – предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие услуги [1].

К. Лавлок, один из всемирно признанных авторитетов в области управления сервисными организациями, выделяет пять основных факторов, влияющих на сферу услуг [2]:

- политика государства;
- тенденции бизнеса;
- развитие информационных технологий;
- социальные изменения;
- интернационализация сферы услуг.

- 1 Политика государства может оказывать воздействие на сервисный сектор путем смягчения государственного регулирования, приватизации сервисных организаций, снижения ограничений в торговле услугами, ужесточения законов, направленных на защиту потребителей и сотрудников, охрану окружающей среды.
- 2 Тенденциями бизнеса, наиболее значимыми для развития сферы услуг, К. Лавлок считает расширение сервисной деятельности промышленными предприятиями, распространение франчайзинга, ориентацию организаций на повышение качества услуг, фокусирование внимания на запросах потребителей, ужесточение требований при найме персонала.
- 3 Развитие информационных технологий проявляется в интеграции компьютерных и телекоммуникационных технологий, все более интенсивном использовании компьютерной техники и Интернета, в возникновении новых

и усовершенствовании традиционных видов услуг.

- 4 Социальные изменения, благоприятствующие развитию сферы услуг, заключаются в росте доходов населения, трансформации стиля жизни, повышении культурно-образовательного уровня, что сопровождается абсолютным и относительным увеличением затрат на потребление услуг.
- 5 Интернационализация сферы услуг находит отражение в активизации процессов слияния и поглощения на международном уровне, выходе организаций сферы услуг на новые рынки, возникновении значительного числа стратегических альянсов, расширении деятельности транснациональных сервисных компаний, увеличении числа зарубежных поездок потребителей услуг и т. п.

Лавлок представил вышеуказанные факторы в 2005 году, за 10 лет сфера услуг заметно изменилась и требует внесения некоторых корректировок по некоторым пунктам. Рассмотрим представленные выше факторы на примере ремонтной компании.

1. Политика государства в данном случае играет незначительную роль, но можно обратить пристальное внимание на ужесточение законов, направленных на защиту потребителей и сотрудников: недоброкачественное оказание услуг, а также завышенные цены на них должны отслеживаться посредством учета жалоб в надлежащих инстанциях.

Нельзя забывать и об охране окружающей среды: ремонтным организациям запрещается выбрасывать мусор, оставшийся после оказания услуг.

2. Наиболее значимыми тенденциями для развития ремонтных организаций являются ориентация на повышение качества оказываемых услуг, фокусирование внимания на запросах потребителей, ужесточение требований при найме персонала. Качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя. Система качества – совокупность организационной структуры, ответственности, процедур,

процессов и ресурсов, обеспечивающая осуществление общего руководства качеством. За прошедшие годы ситуация в отрасли заметно улучшилась, поставщики стали оказывать более качественные услуги, нежели последние 10 лет, и более внимательно относиться к потребителям. Что же касается ремонтных организаций, то их это изменение коснулось сильно. На наш взгляд, схема работы сервисных организаций в настоящий момент может быть упрощена и доработана с целью повышения качества услуг (см. рис. 1).



Рис. 1. Схема работы ремонтной организации

Согласно схеме, представленной на рисунке, поставщик услуг уделяет особое внимание внимания потребностям заказчика и доброкачественно подходит к оказанию услуг.

Немаловажным фактором успеха предприятий являются жесткие требования к кандидатам в работники: опрятный вид, грамотная речь, высокая квалификация в отрасли – все это влияет на повышение престижа компании.

Сервисная организация должна разрабатывать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры определения потребностей и обучение всего персонала, ответственного за работы, влияющие на качество. Персонал, ответственный за эту работу, должен иметь соответствующую квалификацию (подтвержденную аттестатом, тестированием), знания и опыт, отвечающие установленным требованиям. Данные об обучении следует регистрировать.

Эффективное взаимодействие с потребителем включает следующую информацию:

- характеристика услуги, ее область деятельности, доступность и затраты времени на ее предоставление;
- ожидаемая стоимость услуги;
- взаимосвязь между качеством услуги, условиями ее предоставления и стоимостью;
- данные о возможности влияния потребителей на качество услуги;
- сведения об адекватных и легкодоступных средствах эффективного общения;
- возможность получения оценки качества услуги потребителем;
- данные о возможной взаимосвязи между предложенной услугой и реальными потребностями потребителя.

3. Благодаря ускоренному развитию Интернета взаимодействие заказчика и исполнителя приобрело новый вид: теперь пользоваться услугами стало намного легче, обратная связь становится все более активной и надежной. Она позволяет увидеть прошлые работы организации, прочитать отзывы о компании – все это вывело взаимоотношения на новый уровень.

4. Социальные изменения, благоприятствующие развитию сферы услуг, заключаются в росте доходов населения, изменения, происходившие

в последние 10 лет в обществе и экономике страны, повлекли абсолютное и относительное увеличение затрат на потребление услуг. Теперь поставщик сам заинтересован в предоставлении более качественных услуг и чтобы остаться конкурентоспособным в своей нише, будет стремиться к налаживанию особых взаимоотношений с заказчиком.

5. Интернационализация сферы услуг находит отражение в активизации процессов слияния и поглощения компаний на международном уровне, выходе организаций сферы услуг на новые рынки, возникновении значительного числа стратегических альянсов, расширении деятельности транснациональных сервисных компаний, увеличении числа зарубежных поездок потребителей услуг и т. п.

Слияние ремонтных компаний, предположим, если такое произойдет, будет сопровождаться повышением конкурентоспособности (сложно конкурировать с компанией, которая включает в себя организации, работающие на рынке более 5–10 лет, со своей клиентской базой и методами оказания услуг), увеличением качества и количества услуг. Но данный фактор можно рассматривать только при слиянии отечественных компаний, т. к. на международном уровне это слияние будет неэффективным.

Используя факторы, описанные Лавлоком при анализе деятельности сервисных организаций, в настоящее время можно прийти к выводу, что с каждым годом эти факторы можно дополнять, обновлять, пополнять. Безусловно, развитие сферы услуг происходит быстро, появляются новые способы повышения качества оказания услуг, новые требования, иные взаимоотношения между потребителями и сервисными организациями нового типа, которые должны быть описаны, проанализированы и внедрены.

## **Литература**

1. ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг»
2. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. Москва; Санкт-Петербург.; Киев: ИД «Вильямс», 2005.